



220036, г. Минск, ул. К.Либкнехта, д. 68, оф. 808
УНП 690 336 487
IBAN: BY22BPSB30151628270149330000
ЦБУ № 703 ОАО «БПС-Сбербанк», код 369
адрес банка: 220004, г. Минск, ул. Кальварийская, 4а
BIC: BPSBBY2X
тел/факс + 375 (17) - 256-28-17
E-mail: tos.rb@mail.ru
www.tos-by.com

« 9 » ноября 2020 г. № 138
На № 12-02/241 от 01.07.2020г.

Председателю Постоянной комиссии
по жилищной политике и строительству
Палаты представителей
Национального собрания
Республики Беларусь
В.П. Николайкину

О проекте Закона Республики Беларусь
«Об изменении законов по вопросам рекламы»

В ответ на Ваше письмо и не получив ответа на письмо от 15.09.2020г №119, ТОС вынужден повторно обратить внимание на поднятую в обращении о проекте Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» (далее Закон) проблему. ТОС направлял аналогичные запросы в Министерство информации Республики Беларусь и Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

Полученные ответы (Приложение 1) не учитывают предложения ТОС, а именно:

1. В связи с тем, что практическая реализация норм, изложенных в проекте Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» (далее Закон), ст.2, п.9, возлагается непосредственно на распространителей, в число которых входит большое количество малых и средних предприятий электросвязи (далее МСП), ТОС настаивает на участии в обсуждении Закона.

2. В случае, когда порядок исключения рекламных блоков из иностранных телепрограмм не регламентируется данным Законом, возникает вопрос, почему в нем прописана норма о том, что исключение рекламных блоков из телепрограммы не является изменением ее формы и содержания. Все, что касается формы и содержания телепрограмм, относится к сфере действия Закона Республики Беларусь «О средствах массовой информации».

ТОС полагает, что если в Закон включена данная норма, необходимо дать четкое определение, что именно является формой и содержанием телепрограммы, так как в действующем законодательстве такие определения

отсутствуют, в том числе и в Законе Республики Беларусь «О средствах массовой информации». Имеющиеся отсылки к понятию «форма» только усложняют понимание и трактовку текста.

«Статья 1, п.20. Средство массовой информации - **форма** периодического распространения массовой информации с использованием печати, вещания теле- или радиопрограммы, глобальной компьютерной сети Интернет, а также сетевое издание как форма распространения массовой информации с использованием глобальной компьютерной сети Интернет.

(в ред. Законов Республики Беларусь «О средствах массовой информации» от 20.12.2014 N 213-З, от 17.07.2018 N 128-З)».

Там же: «Статья 1, п.23. Телевизионное средство массовой информации - телепрограмма, распространяемая с использованием сетей электросвязи не реже одного раза в шесть месяцев».

Хотелось бы иметь точное понимание, что именно является содержанием телепрограммы и ее неотъемлемой частью.

То, что отдельные крупные операторы имеют технические возможности для исключения рекламных блоков, и готовы оказывать такую услугу другим операторам, **создает для МСП неравные условия ведения бизнеса.** Их деятельность при формировании пакетов телепрограмм ставится в зависимость от прямых конкурентов, а также вынуждает МСП платить за приобретаемые права дороже. То есть, МСП вынуждены будут поднимать тарифы для своих абонентов, оплачивая расходы крупных конкурентов по исключению рекламных блоков. Как следствие, их услуга станет дороже и менее конкурентоспособна.

Предложение возложить обязанность по удалению рекламных блоков на иностранные редакции средств массовой информации является единственно приемлемым для сохранения равных условий ведения бизнеса для МСП. Предложенная Законом норма является неприкрытым отстаиванием интересов нескольких крупных операторов, и **направлена на монополизацию рынка предоставления услуги платного телевидения.**

Действующее законодательство и вносимые изменения в Закон по исключению рекламы из продукции иностранных телевизионных средств массовой информации не обязывают правообладателя вносить необходимые изменения по исключению рекламных блоков за пределами Республики Беларусь. Правообладатель сможет реализовать эту норму силами имеющего такие технические возможности оператора в нашей стране. Существенная разница заключается в том, что все операторы страны, включая МСП, будут приобретать права на телепрограмму так же, как они это делают сейчас.

3. К сведению, ТОС неоднократно уведомлял Министерство информации при обсуждении данного Закона об **удорожании услуги за счет роста расходов МСП.** Последние расчеты предоставлялись в 2019г., с учетом некоторых изменений ТОС предоставляет эти расчеты по данным на сентябрь 2020 года (Приложение 2).

4. С учетом сложившейся ситуации в мировой экономике, просим проанализировать ущерб, наносимый государству в связи с возможным в

ближайшем будущем разорением части МСП Республики Беларусь, с потерей большого количества высококвалифицированных рабочих мест в регионах и в перспективе общих потерь государства, вызванных монополизацией рынка.

ТОС не согласен с утверждением о незначительности наносимого введением данной нормы ущерба условиям хозяйственной деятельности. Из примерного расчета видно, что исключение рекламных блоков своими силами вынудит МСП увеличить тарифы для населения в среднем на два рубля, тогда как на данный момент они составляют в регионах суммы от десяти до пятнадцати рублей. (Приложение 3).

Приложение: 1. Ответ Министерства информации Республики Беларусь и Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь на 6 л. в 1 экз.

2. Расчет замещения рекламы для МСП на 4 л. в 1 экз.

3. Расчет увеличения тарифа на одного абонента на 2 л. в 1 экз.

Председатель Правления

Клюйкова Е.Г.